

hang gebracht werden. Medienberichterstattung wird immer bestimmte Perspektiven wählen und eine begrenzte Zahl von Attributen hervorheben. Dabei werden notwendig andere Sichtweisen vernachlässigt und weitere Themeneigenschaften ignoriert. Durch Auswahl und Betonung entsteht so ein bestimmter Deutungsrahmen, der anders ausfallen könnte, wenn anders ausgewählt und akzentuiert würde (Entman 1993). Der inhaltsbezogenen Framing-Forschung geht es zunächst einmal um die Frage, in welchen Deutungsrahmen ein Thema in der Medienöffentlichkeit gestellt wird oder welche differenten Deutungsrahmen des gleichen Sachverhalts in den Medien um Aufmerksamkeit konkurrieren. Darüber hinaus kann man *Media Frames* naheliegender Weise im Hinblick auf ihre Entstehung und bezüglich ihrer Folgen untersuchen. Was die Produktionsseite angeht, so ist weiter zwischen einer journalismustheoretischen Framing-Forschung und einem Verständnis von *Framing* als strategischer Kommunikation gesellschaftlicher Akteure zu unterscheiden.

Die Journalismusforschung deutet *media frames* als ein Produkt journalistischer Normen, Routinen und Praktiken. Um der Flut der täglich eingehenden Informationen Herr zu werden und die überbordende Komplexität der Welt journalistisch verarbeitbar zu machen, sind Journalisten darauf angewiesen, auszuwählen und zu gewichten. Sie tun dies auf Basis professioneller Normen, institutioneller Praktiken und kognitiver Strukturen (sog. Schemata), die es ihnen erlauben, Informationspartikel zusammenzufügen und ihnen einen Sinn abzugewinnen. *Media Frames* reflektieren mithin nichts anders als die Vorstellungsrahmen von Journalisten darüber, wie die Realität beschaffen ist (Shoemaker / Reese 1996; Scheufele 2003; Delli Carpini 2005). Es geht dabei nicht um absichtsvolle Manipulation, sondern um notwendige Reduktion von Komplexität und Erzeugung von Bedeutung. Auf der anderen Seite reagieren Journalisten auch auf Problemdeutungen, die von gesellschaftlichen Primärkommunikatoren (Parteien, Regierungen, Interessengruppen etc.) in die Welt gesetzt werden. Framing kann insoweit auch als strategisches Handeln begriffen werden, mit dem Akteure die Deutungshoheit über einen Sachverhalt zu gewinnen versuchen (Gamson / Modigliani 1987; Snow / Benford 1988, 1992; Pan / Kosicki 2001). Die Dominanz eines bestimmten Frames im gesellschaftlichen Diskurs ist dann in hohem Masse von der Zugangschance konkurrierender Interessen zur Medienarena abhängig (Entman 2004, 2006).